

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ELEPHANT SAFARI PARK AND LODGE TARO-BALI TERHADAP CITRA PERUSAHAAN TAHUN 2014

Ni Putu Eka Juniantari

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: EkaJuniantari38@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali Tahun 2014, (2) citra perusahaan Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali di mata masyarakat Tahun 2014, (3) pengaruh CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali terhadap citra perusahaan tahun 2014. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan berupa teknik analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian dengan menggunakan 't' tes menunjukkan bahwa (1) CSR secara keseluruhan berada pada kategori baik, (2) citra perusahaan di mata masyarakat secara keseluruhan berada pada kategori baik, (3) hasil pengujian mengenai pengaruh CSR terhadap citra perusahaan menunjukkan bahwa variabel CSR secara parsial berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena $t_{hitung} = 4.865 > t_{tabel} = 1.980$ atau $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ dan besarnya besar pengaruh variabel CSR terhadap citra perusahaan sebesar 0,629 sehingga sumbangan pengaruh dari variabel CSR terhadap citra perusahaan sebesar 62,9%.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, citra perusahaan

Abstract

This research is aimed to know (1) Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali CSR in 2014, (2) company image Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali in society opinion in 2014, (3) the effect of Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali CSR towards company image in 2014. Research design which is used is causal research. The number of research sample is 100 respondents. Data collecting in this research used interview, documentation and questionnaire method. Analysis technique which is used is descriptive analysis technique with quantitative approach. The result of the research showed that (1) CSR overall in good category, (2) company image in society opinion overall in good category, (3) test result about the effect of CSR towards company image showed that CSR variable partially had significant effect towards company image because $t_{count} = 4.865 > t_{table} = 1.980$ or $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ and the effect of CSR variable towards company image was 0,629 so that the contribution of the effect from CSR variable towards company image was 62,9%.

Key words: *Corporate Social Responsibility*, company image

PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai sebuah sistem yang berkelanjutan dan keseimbangannya tidak bisa berdiri sendiri. Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat saling memberi dan membutuhkan. Perusahaan selain mengejar keuntungan ekonomi untuk kesejahteraan dirinya, tetapi juga diharapkan berkontribusi positif terhadap aspek lingkungan dan sosialnya. Ada banyak cara untuk menaikkan citra perusahaan. Isu yang berkembang saat ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya dan bukan hanya berorientasi pada profit semata. Perusahaan yang mengedepankan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga menggali potensi masyarakat yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang, selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga membangun citra perusahaan dan akan menumbuhkan rasa percaya dari masyarakat. Rasa percaya perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasa bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai laba dengan cara-cara yang sesuai dengan aturan permainan dalam persaingan bebas tanpa penipuan dan kecurangan (Sutrisna, 2011). Di Indonesia sendiri CSR diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sehingga mewajibkan perusahaan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Sejak adanya peraturan perundang-undangan tentang CSR itu sendiri, maka semakin

marak perusahaan yang berlomba melakukan pencitraan untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha, karena tanpa reputasi yang baik, maka suatu usaha tidak akan mendapatkan respon yang positif dari masyarakat. Citra perusahaan merupakan hal penting yang menentukan perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan menuju puncak kesuksesan. Cara yang ditempuh untuk membentuk citra dan menjaga keberlangsungan perusahaan, salah satunya adalah melalui program CSR.

CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional (Suharto, 2007). Indikator keberhasilan setiap usaha dapat dilihat dari dua sisi yaitu perusahaan dan masyarakat. Dari sisi perusahaan, citranya harus semakin baik dimata masyarakat. Sementara itu, dari sisi masyarakat, harus ada peningkatan kualitas hidup, karenanya penting bagi perusahaan melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program CSR, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Satu hal yang perlu diingat salah satu ukuran penting keberhasilan CSR adalah jika masyarakat yang dibantu bisa mandiri, tidak hanya bergantung pada pertolongan orang lain.

Menurut Ernawan (2011:66) masyarakat (komunitas) umum harus menjadi pertimbangan dalam setiap kebijakan perusahaan. Sebuah perusahaan baru dianggap bermakna bilamana mampu memberikan manfaat baik jangka pendek maupun jangka panjang kepada masyarakat oleh karena itu, perusahaan harus bertanggungjawab kepada masyarakat dalam berbagai hal yaitu melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), sebagai *partner* (mitra) kerja dalam hubungannya dengan pemasok dan permintaan saling membutuhkan, mengakomodasi kepentingan masyarakat dalam jangka panjang.

Menurut Sutrisna (2011:51) "bisnis merupakan kegiatan menjual citra kepada

masyarakat dengan cara memenuhi kebutuhan mereka secara prima, baik, dan jujur melalui penawaran barang dan jasa yang bermutu dan harga yang wajar". Oleh karena itu sangat perlu dibangun citra bisnis sebagai suatu profesi yang diperlukan dan dihargai baik dari segi moral dan hakikat manusia maupun dari segi hakikat kegiatan bisnis itu sendiri, kiranya kita semua sepakat bahwa tidak benar kalau para manajer hanya punya tanggungjawab dan kewajiban moral kepada para pemegang saham, sebagai manusia dan sebagai manajer sekaligus mereka mempunyai tanggungjawab dan kewajiban moral sekian banyak orang dan pihak lain yang berkaitan dengan kegiatan operasi bisnis perusahaan yang dipimpinnya. Mereka mempunyai tanggungjawab dan kewajiban moral untuk memperhatikan hak dan kepentingan karyawan, konsumen, pemasok, penyalur, masyarakat setempat, dan seterusnya (Ernawan, 2011).

Ernawan, (2011:55) menyatakan, "Orang yang profesional umumnya adalah orang yang dapat dipercaya oleh masyarakat untuk melakukan pekerjaan yang menjadi profesinya. Semakin tajam persaingan, semakin dituntut untuk bersikap profesional untuk membangun citra bisnis yang baik melalui pelayanan kepada masyarakat".

Menurut Susanto, (2007:28), perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan. Menurut Ernawan, (2011:66) tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat atau komunitas umum seharusnya menjadi fokus utama setiap perusahaan, tanpa kita sadari operasi perusahaan dan upaya mencapai tujuan dan sasaran perusahaan seringkali menimbulkan kerugian bagi masyarakat, sebagai contoh akibat *illegal logging* oleh beberapa perusahaan, demikian juga eksploitasi hasil hutan, laut, tambang, yang

dapat menurunkan kualitas kehidupan utama manusia.

Masalah lingkungan sosial merupakan masalah yang sangat sensitif bagi masyarakat. Bagi masyarakat, perusahaan merupakan salah satu faktor pemicu adanya kerusakan yang dialami oleh lingkungan. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya, serta tidak merasakan kontribusinya secara langsung bahkan mereka merasakan dampak negatif dari beroperasinya perusahaan, maka kondisi itu akan menimbulkan rasa tidak percaya masyarakat dan merusak citra perusahaan. Perusahaan diharapkan dapat memiliki kepekaan terhadap masyarakat dan lingkungan dengan berkontribusi dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini yang merupakan isu utama dari perlunya perusahaan untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Kita memahami bahwa kasus keributan yang terjadi di lingkungan perusahaan saat ini disebabkan karena masyarakat sekeliling tidak merasa kontribusi perusahaan kepada mereka, sehingga ini menimbulkan sikap protes dari masyarakat bahkan berlanjut dalam bentuk demonstrasi dan tindakan anarkis lainnya (Irham, 2013). Kurangnya kesadaran masyarakat dalam menata kelestarian lingkungan dituduh sebagai penyebab terjadinya krisis yang berkepanjangan (Ernawan, 2011). Krisis lingkungan yang terjadi akhir-akhir ini berakar dari kesalahan perilaku manusia yang berasal dari cara pandang, dan perilaku manusia terhadap alam. Menciptakan kesadaran pelaku bisnis yang berwawasan lingkungan merupakan pondasi untuk menjaga lingkungan terhindar dari berbagai kerusakan dan pencemaran dan juga akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi bisnis yang peduli akan kelestarian lingkungan.

Perusahaan akan merasa kesulitan jika masih menggunakan paradigma lama, yaitu mengejar keuntungan yang setinggi-tingginya tanpa mempedulikan kondisi masyarakat sekitar, karena ini akan memacu kecemburuan sosial dari masyarakat sekitar

padahal perusahaan dapat menggali potensi masyarakat lokal untuk dijadikan modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Ditambah lagi bila terjadi protes dari Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) dan biasanya akan menjadikan sebuah perusahaan mendapat cap negatif maka dengan mengerjakan tanggungjawab sosial secara benar perusahaan akan dapat meredam isu negatif tersebut. Keberlanjutan dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial dapat dilakukan oleh perusahaan sebagai suatu bentuk tanggungjawab sosial perusahaan.

Berdasarkan penelitian awal dengan Ibu Ketut Nursyarifah sebagai Manajer, Elephant Safari Park and Lodge Taro - Bali merupakan suatu tempat wisata atraksi gajah yang resmi dibuka pada tahun 2000 oleh Menteri Pariwisata dan anggota *World Zoo Association*. Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali memenuhi standar internasional dengan luas 2 hektar dikelilingi hutan tropis serta memiliki koleksi 20 ekor gajah terlatih. Fasilitas yang tersedia Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali yaitu hotel, restaurant, safari wellness spa, museum, fitness room dan elephant shop.

Program-program CSR yang dilakukan oleh Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali ditangani langsung oleh bagian *public relations*. Program yang diunggulkan adalah Bali Safari Kesehatan yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya dan untuk tahun 2015 dilaksanakan pada 22 Januari 2015. Kegiatan ini memberikan pengobatan gratis bagi masyarakat Desa Taro. Kegiatan ini sudah berlangsung sejak tahun 2008 hingga saat ini program ini menjadi program rutin setiap tahunnya. Dalam kegiatan ini Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali bekerjasama dengan seluruh puskesmas di Kecamatan Tegallalang. Program lainnya yang rutin dilaksanakan setiap tahun adalah Bali *Green*, yaitu acara penanaman pohon serta pembersihan di Desa Taro bersama dengan masyarakat setempat. Program-program lain yang bersifat insidental yaitu, 1) program pendidikan. Pada tahun 2014, Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali memberikan bantuan sarana dan prasarana untuk salah satu sekolah swasta yang ada di Desa Taro yaitu 50 meja dan 100 kursi untuk SMP Kertha Wisata Taro. 2)

Perbaikan pura pada tahun 2010 Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali ikut berpartisipasi dalam merenovasi Pura Agung Gunung Raung Taro. Perusahaan menyumbangkan sejumlah dananya untuk perbaikan pura tersebut. Pada tahun 2013 Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali kembali menyumbangkan dananya untuk perbaikan Pura Sang Hyang Alang di Banjar Taro Kelod. 3) Perbaikan jalan Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali ikut menyumbangkan dananya untuk perbaikan jalan sepanjang 100 meter yang menuju kawasan wisata tersebut. 4) Pada Januari 2015 Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali ikut menumbangkan dananya untuk merenovasi pasar Desa Taro dan pembangunan Pura Melanting yang saat ini masih dalam proses perenovasian. 4) Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali juga menunjukkan kepeduliannya terhadap pelestarian Budaya yaitu dengan ikut merenovasi kawasan lembu putih yang disucikan masyarakat Desa Taro. Selain itu perusahaan juga menyumbangkan dananya kepada setiap banjar untuk program pelestarian seni dan budaya Bali. Melalui wawancara dengan Kepala Desa Taro, Bapak I Wayan Suardika, dana itu digunakan untuk biaya latihan menari oleh anak-anak di setiap banjar.

Desa Taro terdiri dari 14 banjar, yakni Banjar Taro Kaja, Banjar Taro Kelod, Banjar Pakuseba, Banjar Puakan, Banjar Tatag, Banjar Ked, Banjar Belong, Banjar Patas, Banjar Sengkaduan, Banjar Let, Banjar Pisang Kaja, Banjar Pisang Kelod, Banjar Tebuana dan Banjar Alaspung. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan di Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali dengan Ibu Ketut Sarifah sebagai Manajer pada perusahaan tersebut terdapat permasalahan yang ditemui. CSR yang dilakukan oleh perusahaan sudah terlaksana dengan baik. Pernyataan tersebut berbanding terbalik dengan pernyataan dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah seorang anggota masyarakat yaitu Bapak

Sukadana dari Banjar Ked Desa Taro, beliau menyatakan bahwa CSR yang dilakukan oleh Elephant Safari Park and Lodge dilakukan dengan cara mengajukan proposal kegiatan, sedangkan sepengetahuan beliau bantuan yang diberikan kepada Banjar Taro Kaja dan Banjar Taro Kelod berupa perbaikan pura, sumbangan untuk piodalan di Pura setempat dan perbaikan jalan. Hal tersebut menyebabkan citra perusahaan kurang baik di mata masyarakat banjar lain di Desa Taro. Pelaksanaan program Bali Safari Kesehatan sudah terlaksana dengan baik, tetapi Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali hanya memberikan jatah 10 orang per banjar untuk mendapatkan bantuan kesehatan hal ini belum dirasakan cukup untuk membantu masyarakat kurang mampu.

Sesuai rumusan maslah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui. (1) pelaksanaan *corporate social responsibility* Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali tahun 2014, (2) citra perusahaan Elephant Safari Park And Lodge Taro-Bali di mata masyarakat tahun 2014, dan (3) pengaruh *corporate social responsibility* Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali terhadap citra perusahaan tahun 2014.

METODE

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal. Penelitian kausal bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara faktor tertentu yang menjadi penyebab atau faktor yang mempengaruhi dari gejala yang diselidiki (Zuriah, 2006). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar tempat wisata Elephant Safari Park And Lodge sebanyak 10.670 orang.

Menurut Prasetyo dan Jannah (2012:137), rumus pengukuran sampelnya adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

- n : ukuran sampel
- N : ukuran populasi
- e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan misalnya 10 %.

Maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut.

$$n = \frac{10.670}{1 + 10.670 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{10.670}{1 + 10.670 (0,01)}$$

$$n = \frac{10.670}{1 + 106,7}$$

$$n = \frac{10.670}{107,7}$$

= 99,072 (dibulatkan menjadi 100 responden)

Jadi jumlah keseluruhan anggota masyarakat sekitar Elephant Safari Park and Lodge yang dijadikan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *stratified proporsional random sampling* atau teknik acak sederhana dimana keseluruhan atau populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. (1) kuesioner/angket, metode kuesioner digunakan untuk mendapatkan data penelitian berupa *corporate social responsibility* Elephant safari park and Lodge Taro-Bali dan citra perusahaan. Kuesioner ini diberikan kepada masyarakat Desa Taro (2) Wawancara, metode wawancara digunakan dalam observasi awal untuk mengetahui program-program CSR yang dilaksanakan Elephant safari Park and Lodge Taro-Bali serta masalah yang dihadapi berkaitan dengan program tersebut, (3) dokumentasi. metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah penduduk Desa Taro yang diperoleh dari Kantor Desa Taro Tahun 2014.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif berupa angka-angka, mulai dari pengumpulan data, serta data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner

tentang pengaruh CSR terhadap citra perusahaan. Data Kualitatif berupa data yang diperoleh dari dalam perusahaan berupa gambaran umum usaha serta program CSR yang dilakukan Elephant Safari Park And Lodge Taro-Bali.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah data primer dan data skunder. Data primer didapat melalui hasil angket yang disebar kepada responden mengenai pengaruh CSR terhadap citra perusahaan, sedangkan data sekunder diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini berupa data jumlah penduduk di Desa Taro tahun 2014.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dalam bentuk *checklist*. Angket disebar kepada masyarakat Desa Taro. Dalam kuesioner digunakan sistem skala likert untuk menilai alternatif jawaban sesuai dengan pertanyaan dimana kategorinya, yaitu sangat baik (SB), diberikan skor 5, baik (B) diberikan skor 4, cukup baik (CB) diberikan skor 3, kurang baik (KB) diberikan skor 2, dan tidak baik (TB) diberikan skor 1.

Pengujian instrument dalam penelitian ini terdiri dari : (1) uji validitas, Menurut Murti dan Salamah (2006:65) validitas menunjukkan sejauh mana

ketepatan, kesesuaian, atau kecocokan suatu alat untuk mengukur apa yang akan diukur. (2) uji reliabilitas, Uji reliabilitas adalah pengujian instrument penelitian yang digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran.

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, yaitu antara corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel bebas terhadap citra perusahaan sebagai variabel terikat. Analisis regresi linier sederhana menggunakan bantuan program SPSS 16.0 for Windows. Menurut (Umar, 2011:114) untuk menghitung koefisien regresi linier sederhana dapat digunakan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Citra perusahaan

a = Konstanta intersepsi

b = Koefisien regresi

X = Corporate Social Responsibility (CSR)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1 Hasil CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali

Corporate Social Responsibility	Skor	Kategori
Profit	1946	Baik
People	2449	Baik
Planet	811	Baik
Total	5206	Baik

Berdasarkan tabel 1 pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) secara keseluruhan berada pada skor 5206 nilai tersebut berada pada rentang skor 4421 – 5460 rentang skor tersebut berada pada kategori baik.

Dari hasil tersebut menandakan bahwa program CSR yang dilaksanakan

Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali berjalan dengan baik.

Hasil penilaian citra perusahaan Elephant Safari Park and Lodge Taro – Bali di mata masyarakat dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Hasil Penilaian Citra Perusahaan

Citra Perusahaan	Skor	Kategori
Kepercayaan	1132	baik
Realitas	1641	Sangat baik
Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan	1187	baik
Kesadaran	1155	baik
Total	5115	baik

Berdasarkan tabel 2, citra perusahaan di mata masyarakat tahun 2014 secara keseluruhan berada pada skor 5115 nilai tersebut berada pada rentang skor 4421 – 5460. Rentang skor tersebut berada pada kategori baik, dari hasil tersebut menandakan bahwa citra perusahaan dimata masyarakat adalah baik.

Pengaruh *corporate social responsibility* Elephant Safari Park and Lodge Taro–Bali terhadap citra perusahaan dianalisis menggunakan uji statistik t_{tes} dengan program *SPSS 16,0 for windows*. Hasil analisis yang menunjukkan besarnya pengaruh CSR terhadap citra perusahaan secara parsial dapat dilihat pada table 3

Tabel 3. Hasil uji t untuk variabel CSR terhadap citra perusahaan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.866	2.995		6.966	.000
CSR	.578	.078	.441	4.865	.000

Table 3 menunjukkan bahwa variabel CSR secara parsial berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan karena $t_{hitung} = 4.865 > t_{tabel} = 1.980$ atau $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel CSR secara

parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh CSR terhadap citra perusahaan dapat digunakan analisis koefisien determinasi (R^2). Besarnya koefisien (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) dalam Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.629	.618	3.809038

Berdasarkan hasil analisis pada table 4 dengan menggunakan program *SPSS 16,0 for windows* nilai *R Square* menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel CSR terhadap citra perusahaan sebesar 0,629 sehingga sumbangan pengaruh dari variabel CSR (X) terhadap citra perusahaan (Y) sebesar 62,9%. Hal ini berarti citra perusahaan (Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali) sebesar 62,9% ditentukan oleh variabel CSR, sedangkan

sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengolahan data yang digunakan untuk mengetahui persamaan garis regresi, pengaruh CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali terhadap citra perusahaan digunakan analisis koefisien beta. Besarnya koefisien beta dapat dilihat pada table 5.

Table 5 Hasil Perhitungan Koefisien Beta

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.866	2.995		6.966	.000
CSR	.578	.078	.441	4.865	.000

Berdasarkan hasil analisis pada table 5 dengan menggunakan program SPSS 16,0 for windows dapat dibuat persamaan garis regresi. Persamaan garis regresi yang dapat dibuat untuk menggambarkan pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 20.866 + 0,578 X$$

Keterangan :

\hat{Y} = Citra perusahaan

X = Corporate Social Responsibility

Persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa pada saat nilai X (CSR) bernilai 0 atau konstan, maka nilai Y (citra perusahaan) sebesar 2,866. Setiap terjadi kenaikan variabel bebas X (CSR) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y (Citra Perusahaan) sebesar nilai koefisien beta variabel bebas dikalikan dengan besarnya kenaikan yang terjadi. Dalam hal ini setiap kenaikan X (CSR) sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan Y (citra perusahaan) sebesar 0,578 atau 57,8%. Hal ini berarti, semakin baik program CSR yang dilaksanakan Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali maka semakin mampu mempengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat diketahui bahwa skor CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali sebesar 5206. Skor ini berada pada kategori baik dengan rentang skor 4421 – 5460. Dari temuan tersebut berarti Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali menjalankan program CSR dengan baik dan tepat sasaran. Hal ini dapat dilihat dari dimensi-dimensi CSR yaitu Profit, People dan Planet mendapat respon positif dari masyarakat.

Selanjutnya skor citra perusahaan sebesar 5115. Skor ini berada pada kategori baik dengan rentang skor 4421 – 5460. Temuan ini menunjukkan citra

perusahaan dimata masyarakat Desa Taro adalah baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat dibuktikan bahwa *corporate social responsibility* Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Hal itu dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} = 4.865 > t_{tabel} = 1.980$ atau $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga dengan demikian *corporate social responsibility* (CSR) Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Persamaan regresi yang dapat dibuat untuk menggambarkan pengaruh CSR terhadap citra perusahaan adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = 20.866 + 0,578 X$$

Persamaan regresi tersebut mengartikan bahwa pada saat X bernilai 0 atau konstan, maka nilai Y sebesar 20.866. Setiap ada kenaikan variabel bebas (X) sebesar satu maka akan meningkatkan variabel terikat (Y) sebesar nilai koefisien beta variabel bebas dikalikan dengan besarnya kenaikan yang terjadi. Contoh : setiap terjadi kenaikan X sebesar satu, maka akan meningkatkan Y sebesar 0,578 atau 57,8%. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,629. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya sumbangan pengaruh CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali terhadap citra perusahaan adalah sebesar 62,9% dan sisanya 37,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa CSR Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali mempengaruhi citra perusahaan.

Corporate social responsibility akan meningkatkan citra perusahaan, hal tersebut sejalan dengan pendapat Susanto (2008) yang mengatakan perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya

secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. (1) Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali tergolong dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari skor total CSR sebesar 5206, (2) citra perusahaan di mata masyarakat tahun 2014 tergolong dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari skor citra perusahaan sebesar 5115, (3) *corporate social responsibility* (CSR) Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 4.865 > t_{tabel} = 1.980$ atau $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0.05$ dengan besarnya pengaruh CSR terhadap citra perusahaan adalah 62,9% dilihat dari (R^2) sebesar 0,629.

SARAN

Berdasarkan simpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut (1). Elephant Safari Park and Lodge Taro-Bali diharapkan meningkatkan program *corporate social responsibility* (CSR) kepada masyarakat agar mampu menjaga citra baik dimata masyarakat. Salah satunya yaitu Program Bali safari Kesehatan perlu ditingkatkan, dari awalnya dilaksanakan setiap setahun sekali, nantinya bisa dilaksanakan tiga bulan bahkan sebulan sekali, hal ini akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat Desa Taro. (2) Pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) harus merata diberikan kepada masyarakat sekitar, seperti bantuan perbaikan pura. (3) Bagi Akademik, bagi peneliti lain yang bermaksud melakukan penelitian dibidang CSR, diharapkan melakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam terkait dengan pengaruh CSR

terhadap citra perusahaan dengan metode penelitian yang sama dan perusahaan yang berbeda guna keberlakuan temuan ini secara lebih luas. Selain itu, penelitian ini perlu dikembangkan dengan mengkaji faktor lain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan yang diterapkan pada organisasi tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni, Retno.2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi IX Padang.
- Ernawan, Erni. 2011. *Business Ethics*. Bandung:Alfabeta
- Fahmi,Irham.2013. *Etika Bisnis : Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Hadi,Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Hasan, Iqbal. 2008. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta:Bumi Aksara
- Iriantara, Yosol. 2007.*community Relation:Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Januarti,Indra dan Dini apriyanti. 2005. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan*. Jurnal Meksi, Vol:5, No.2, Hal 227-243. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Strategik: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lako, Andreas. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga
- Majid, Paramita. 2012. *Pengaruh*

- Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan pada PT. Hadji Kalla Cabang Sultan Alauddin, Makasar.* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar.
- Murti, Surmani dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pristianoo,Vinka.2009. *Pengaruh CSR terhadap citra perusahaan (survey pada warga sekitar PT. Bentoel Prima,Karanglo-Malang*. Sripsi
- Rahmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda
- Ruslan, Rusadi.2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, cetakan ke delapan. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada
- Saputri, Nurmaya. 2010. *Analisis Corporate Social Responsibility Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Satria, Emerald Dany. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Setyaningrum, Dyah Ayu. 2011. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi Kasus Pada PT. Apac Inti Corpora Bawen)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Social Di Dunia Industry: Memperkuat Tanggung Jawab Social Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.
- Sukirno,Sadono dkk. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana
- Susanto, A.B. 2007. *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group :Jakarta
- Sutrisna, Dewi. 2011 .*Etika Bisnis Implementasi & Kasus*. Denpasar: Udayana University Press
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Cetakan ke-11. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep Aplikasi Corporate Sosial Responsibility*. Gresik:Fasco Publishing.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara